

# **PERANCANGAN BUKU INFORMASI WISATA INDUSTRI KREATIF DI SIDOARJO**

**Kurnia Puspita Wardani, Patra Aditia, S.Ds, M.Ds,**

Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Industri Kreatif - Universitas Telkom  
Bandung

## **ABSTRACT**

The development of Creative Industries in Indonesia grew rapidly today. The development of the creative industries is not only appeared in the major cities, but also the cities that are growing economies, such as Sidoarjo. Various areas of the creative industries, one of them is fashion (as manufacture of shoes, bags, jackets, and clothes with a combination of local art and culture) is the main attraction for the audiences. This has spurred the Government to develop a program “Tourism Village”.

Sidoarjo Local Government itself has charted nine regional creative industries. Three of the most famous of which is INTAKO, Kampoeng Batik Jetis, and Indah Bordir. The three regions are quite often get a number of tourist visits based creative industries entrepreneur education of educational institutions and other local governments. Although there were not as many visits before the natural disaster mudflow occurred in 2006. While the written information that is in the field today is still considered inadequate. Brochure and booklet provided yet contain complete data processing and supporting illustrations. So, designing illustration book as a tourist guide in Sidoarjo Creative Industries are considered very helpful the information needs of the visitors in writing and personally.

To get the right product illustrated book for target market segmentation, author, using data collecting methods such as observation, literature review, structured interviews, and questionnaires to visitors who came in INTAKO (for sample location). The data is then processed to make a strategy “Our Creative Tour” as the design concept of the book as a form of communicative illustrations to convey educational messages in it. The information contained in it broadly covers the field conditions, the resulting products, manufacturing process, achieved, and contact information that can be contacted.

Projection into the future, if the tourist area of creative industries is supported by adequate promotion and cooperation of Local Government and Tourist Location in the publishing of attractive tourist guide book, the number of visits will be increase much greater than before.

**Keywords:** Creative Industries, Tourism Village Program, An Entrepreneur Education, INTAKO, Our Creative Tour, Illustration Book

## Pendahuluan

Era global dan persaingan pasar bebas yang akan dimulai tahun 2015 mendatang, memberikan stimulus perkembangan yang pesat bagi industri kreatif dewasa ini.

Pemerintah Indonesia sendiri mulai memberikan perhatian lebih pada sektor industri kreatif yang mulai berkembang. Perkembangan tersebut mulai sering terlihat dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir. Perkembangan industri kreatif ini tak hanya muncul di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Jogjakarta, Medan, dan Makassar. Kota yang secara ekonomi sedang tumbuh, seperti Sidoarjo juga sedang mengembangkan sektor industri kreatifnya.

Didukung dengan ketersediaan bahan baku kualitas tinggi yang melimpah dan dukungan pengembangan area pariwisata industri kreatif dari pemerintah daerah, industri fashion khas Sidoarjo berkembang cukup pesat.

Sebagai bagian dari area pengembang pariwisata berbasis industri kreatif, lokasi INTAKO, Kampoeng Batik Jetis, maupun Indah Bordir seringkali mendapatkan kunjungan skala besar dari pengunjung berbagai daerah. Produk ketiga industri yang telah mencapai pangsa pasar luar negeri, seperti Hongkong, India, dan Timor Leste memberikan reputasi yang cukup baik di mata segmentasi pasar mereka. Dari total jumlah pengunjung tersebut, 40% merupakan pengunjung dengan rentang usia pendidikan menengah hingga tinggi.

Adapun pengunjung dengan latar belakang pendidikan tersebut memiliki kepentingan pembelajaran yang tidak bisa diabaikan. Observasi

lapangan menggambarkan lokasi gudang, proses produksi, lokasi penjualan, hingga penerima kunjungan yang tersebar saling berseberangan. Kondisi tersebut semakin menuntut tersedianya informasi yang memadai untuk memahami seluk-beluk industri terkait selama kegiatan *study tour* berlangsung.

Sedangkan informasi tertulis yang ada di lapangan saat ini dianggap masih kurang memadai (*brochure* dan *booklet* yang seadanya). Oleh karena itu, perancangan buku panduan wisata industri kreatif dianggap sangat membantu memenuhi kebutuhan informasi bagi para pengunjung secara tertulis dan *personal*.

Buku informasi memang telah lama dikenal sebagai media penyampaian yang efektif. Sedangkan ilustrasi sendiri dipilih karena mampu memberikan gambaran yang lebih baik kepada pembaca jika dibandingkan dengan susunan teks saja. Jenis promosional ini juga dapat memberikan informasi tertulis jangka panjang.

Proyeksi ke depan, jika area wisata industri kreatif ini didukung dengan promosi yang memadai dan adanya kerjasama dengan Dinas Pemerintah terkait dalam pembuatan buku panduan wisata yang menarik, jumlah kunjungan akan meningkat jauh lebih besar dibandingkan dengan sebelumnya.

## Permasalahan

Permasalahan yang ditemukan antara lain masih sedikitnya informasi tertulis terkait wisata untuk area industri kreatif di Sidoarjo.

Selain itu, masih kurangnya informasi tertulis untuk pengunjung

rentang usia pelajar menengah hingga tinggi terkait pembelajaran mengenai area pariwisata industri kreatif INTAKO, Kampoeng Batik Jetis, dan Indah Bordir.

Informasi tertulis yang telah ada hanya terdiri atas teks dengan penyusunan *layout* sederhana, tidak ada visualisasi yang cukup mendukung serta memiliki bentuk yang kurang praktis bagi pembaca.

### **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada perancangan adalah: “bagaimana merancang buku informasi berbentuk ilustrasi untuk panduan wisata industri kreatif INTAKO, Kampoeng Batik Jetis maupun Indah Bordir yang efektif dan menarik bagi *target audience* (rentang usia 15-25 tahun)?”

### **Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan cara Observasi, Studi Pustaka, Wawancara dan Kuesioner. Observasi dilakukan langsung ke beberapa lokasi terkait di Kota Sidoarjo (seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, INTAKO, Kampoeng Batik Jetis, dan Indah Bordir). Selain itu juga dengan memperhatikan perilaku masyarakat dan wisatawan yang datang ke lokasi INTAKO.

Studi Pustaka dilakukan terhadap buku-buku yang berkaitan dengan industri kreatif, perspektif obyek wisata, strategi yang baik untuk segmentasi dan psikologi *target audience*, teori perancangan ilustrasi yang baik, dan teori lain yang berkaitan dengan komunikasi informasi.

Wawancara sekilas dilakukan dengan pihak Dinas

Perindustrian dan Perdagangan Kota Sidoarjo untuk mengetahui perkembangan industri kreatif selama beberapa tahun terakhir ini. Wawancara yang sama juga dilakukan dengan Pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk mengetahui kawasan yang menjadi daya tarik masyarakat dan wisatawan. Sedangkan untuk area wisatawan yang terpilih, INTAKO (wawancara dilakukan langsung dengan Bapak Samkhurait selaku Wakil Ketua Umum, Bapak Makhtub Junaedi selaku Sekretaris Umum, dan Ibu Tia Anggraeni selaku Kepala bagian *Frontline Outlet*), Kampoeng Batik Jetis (Bapak Nurul Huda selaku Ketua Paguyuban Batik di Sidoarjo), dan Indah Bordir (Muhammad Reza selaku pemilik Indah Bordir).

Kuesioner dibagikan kepada 132 orang pengunjung INTAKO yang terdiri dari 29 mahasiswa, 4 pelajar SMP, 10 pelajar SMA/K, 43 karyawan kantor swasta, 7 PNS, dan 39 umum. Lokasi penyebaran kuesioner adalah di areal INTAKO, dengan waktu penyebaran kuesioner selama 14 hari (dimulai hari Kamis, 27 Maret 2014 hingga hari Kamis, 10 April 2014).

### **Tinjauan Teori**

Definisi Industri Kreatif sendiri menurut Kementerian Departemen Perindustrian dan Perdagangan pada studi pemetaan industri kreatif tahun 2007 dalam buku –Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif 2025- adalah “Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya

kreasi dan daya cipta individu tersebut.”

Industri Kreatif itu sendiri dikelompokkan menjadi 14 subsektor, yang didasarkan pada produk akhir yang dihasilkan, skala industri yang dilakukan, segmentasi target yang dituju, dan fokus kreatif yang dikerjakan oleh pihak terkait. Adapun ke-14 subsektor tersebut meliputi: Periklanan, Arsitektural, Pasar Barang Seni, Kerajinan, Desain, *Fashion*, *Video-Film*-dan *Photography*, Permainan Interaktif, Musik, Seni Pertunjukan, Penerbitan dan Percetakan, Layanan Komputer dan Piranti Lunak, Televisi dan *Broadcasting* Radio, serta Penelitian dan Pengembangan.

Berdasarkan Undang-Undang No. 9 Tahun 1990, Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan untuk menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata serta usaha sarana pariwisata, dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut.

Untuk pengolahan data sendiri, digunakan beberapa analisis, seperti Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), Analisis IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*), Analisis EFAS (*External Factors Analysis Summary*), Analisis Matriks Pembandingan, dan Analisis pengolahan segmentasi pasar menggunakan STP (*Segmentation Targeting Positioning*).

Sedangkan untuk teori terkait desain, penyusun menggunakan teori ilustrasi, teori perspektif-proporsi, tipografi, warna dan layouting. Ilustrasi sendiri merupakan hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik *drawing*, lukisan, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya dengan lebih menekankan hubungan subyek

dengan tulisan yang dimaksud daripada bentuknya (Hofstetter Fred Thomas, 2001:6).

Sedangkan teori perspektif merupakan cara melihat suatu benda atau alam dengan teknik tertentu, yang kemudian diaplikasikan ke bidang gambar (Harman, 2010:35).

Proporsi sendiri menjelaskan bahwa semua wujud benda yang ada di alam ini masing-masing mempunyai perbandingan atau proporsi antara benda satu dengan benda yang lainnya (ataupun bagian-bagian dalam satu unit benda) (Hofstetter Fred Thomas, 2001:48).

Warna diidentifikasi lebih lanjut terkait dengan psikologi yang akan dihasilkannya. Secara garis besar, sifat khas yang dimiliki oleh warna ada dua golongan besar, yaitu warna panas dan warna dingin, sedangkan di antara keduanya ada yang disebut warna *intermediates* (Sulasmi Darmaprawira, 2002:39).

Secara tradisional, istilah tipografi berkaitan erat dengan *setting* huruf dan pencetakannya. Pengaruh perkembangan teknologi *digital* yang sangat pesat pada masa kini membuat maknanya semakin meluas, sehingga tipografi dimaknai sebagai segala disiplin ilmu yang berkenaan dengan huruf (Suriyanto Rustan, 2011:16).

*Layout* menjelaskan tentang tata letak, usaha untuk menyusun, menata, dan memadukan unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar maupun *table*) menjadi media yang komunikatif, estetik, dan menarik (Suriyanto Rustan, 2009:71-86).

Sedangkan teori komunikasi yang dipilih untuk efektivitas penyebaran informasi produk adalah AIDA. AIDA adalah sebuah disiplin komunikasi, sebuah piranti intelektual yang membantu untuk



mencapai (1) tingkat-tingkat pemahaman yang diperlukan dalam menulis teks yang kreatif dan (2) tingkat pemahaman yang diinginkan dari khalayak sasaran agar dapat memberikan respon sesuai dengan harapan (Daniel L. Yadin, 1999:17).

#### **Lembaga Terkait**

**(Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan, dan Energi Sumber Daya Mineral Kabupaten Sidoarjo)**



Gambar 1 Lambang Kabupaten Sidoarjo  
(Sumber: [http://rri.co.id/Upload/Berita/logojatim-71176\\_129551734237\\_1396968\\_n/Kamis, 06 Maret 2014, 11:08 AM](http://rri.co.id/Upload/Berita/logojatim-71176_129551734237_1396968_n/Kamis, 06 Maret 2014, 11:08 AM))

Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan, dan Energi Sumber Daya Mineral adalah Instansi pemerintah yang menangani seluruh aspek terkait perkembangan industri kreatif, perindustrian, dan perdagangan Kabupaten Sidoarjo. Bertempat di Jalan Jaksa Agung Suprpto no.9 Sidoarjo, Jawa Timur. Adapun Visi dan Misi Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan, dan Energi Sumber Daya Mineral Kabupaten Sidoarjo:

Visi dari Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan, dan Energi Sumber Daya Mineral Kabupaten Sidoarjo adalah Terwujudnya Sektor Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan,

dan Ekonomi Sumber Daya Mineral yang Tangguh dan Mandiri dalam Memasuki Pasar *Global*.

Misi dari Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan, dan Energi Sumber Daya Mineral Kabupaten Sidoarjo adalah: (a) Meningkatkan motivasi berusaha. (b) Mengembangkan teknologi dan produk. (c) Meningkatkan akses pasar. (d) Memperlancar arus distribusi barang dan jasa. (e) Meningkatkan perlindungan konsumen.

**(Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sidoarjo)**

Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kabupaten Sidoarjo adalah Instansi pemerintah yang menangani seluruh aspek terkait pengembangan kawasan wisata dan perlindungan *asset* budaya di Kabupaten Sidoarjo. Bertempat di Jalan Agung n0.34 Sidoarjo, Jawa Timur. Adapun Visi dan Misi Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kabupaten Sidoarjo:

Visi dari Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kabupaten Sidoarjo adalah Terwujudnya Sektor Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata yang Tangguh dan Mandiri dalam Memasuki Pasar *Global*.

Misi dari Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kabupaten Sidoarjo adalah: (a) Meningkatkan motivasi berkreasi bagi generasi muda. (b) Melestarikan *asset* kebudayaan dan pariwisata. (c) Meningkatkan akses informasi atas pariwisata dan *situs*

budaya, (d) Meningkatkan kegiatan olahraga bagi masyarakat.

### **(INTAKO – Industri Tas dan Koper, Tanggulangin, Sidoarjo)**



Gambar 2 Logo INTAKO  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, Selasa, 01 April 2014, 11:08 AM)

INTAKO merupakan salah satu perusahaan pengolahan kulit terbesar di Sidoarjo yang berbadan hukum koperasi. Beralamat di Jalan Utama Kedensari no. 27, Tanggulangin, Sidoarjo. Adapun Visi dan Misi INTAKO:

Visi dari INTAKO adalah Mewujudkan Koperasi INTAKO sebagai perusahaan yang berwawasan internasional, *professional*, dan *kompetitif* serta menjadi kiblat perekonomian koperasi Indonesia.

Misi dari INTAKO adalah (a) Menggalang kerjasama untuk membantu kepentingan ekonomi anggota dalam rangka pemenuhan kebutuhan bahan baku. (b) Mengusahakan bahan dan memasarkan barang jadi secara bersama. (c) Mengeksplorasi potensi *skill* pengrajin untuk membangun perekonomian koperasi yang mandiri. (d) Memproduksi barang-barang yang berkualitas dan berstandar internasional dengan didukung sumber daya manusia yang *professional* di bidangnya. (e) Meningkatkan *omzet* penjualan dan *profitabilitas* yang berorientasi pasar. (f) Memproduksi tas, koper, dan barang jadi lainnya secara *professional* yang berakar pada nilai

tradisi. (g) Berperan aktif dalam memberantas kemiskinan dan pengangguran untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Sedangkan wawancara singkat pada Kampoeng Batik Jetis dan Indah Bordir tidak menghasilkan wacana Visi dan Misi yang jelas. Hanya terbatas pada sejarah dan segmentasi pasar yang dituju dari produk mereka.



Gambar 3 Logo Kampoeng Batik Jetis  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, Rabu, 02 April 2014, 11:08 AM)



Gambar 4 Logo Indah Bordir  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, Rabu, 02 April 2014, 12:10 AM)

### **Khalayak Sasaran**

Secara *demografi* khalayak sasaran adalah pria dan wanita, usia 15 – 25 tahun, kelas sosial menengah, pengunjung domestik dan mancanegara, dengan profesi pelajar-mahasiswa-karyawan pemula-*entrepreneur*-instansi pemerintah, pendidikan kelas menengah pertama hingga tinggi.

Secara geografi produk akan diedarkan di area INTAKO dan instansi pemerintah terkait (dalam hal ini Dinas Perindustrian-Perdagangan dan Dinas Kebudayaan-

Pariwisata), Bandara Juanda, Stasiun Kereta Api, Terminal Kota, Toko Buku Skala Besar, juga termasuk akses menuju kota Sidoarjo yang terletak di kota Malang, Jember, Madura, Madiun, dan kota lainnya. Untuk kepadatan kunjungan mencapai 150 orang dihari kerja dan 750 orang diakhir pekan/hari libur. Iklim yang ditawarkan adalah area wisata belanja berbasis *entrepreneurship educational*.

Psikografi dari khalayak sasaran adalah kelas sosial penghasilan menengah. Dengan gaya hidup (a) Pelajar SMP, SMA/K yang sedang melakukan *entrepreneurship study tour* skala besar dengan instansi pendidikan mereka. (b) Mahasiswa yang sedang melakukan penelitian mengenai pengembangan *entrepreneur creative industry*, maupun yang sedang melaksanakan praktek kerja lapangan. (c) Pegawai pemula yang sedang bertransaksi

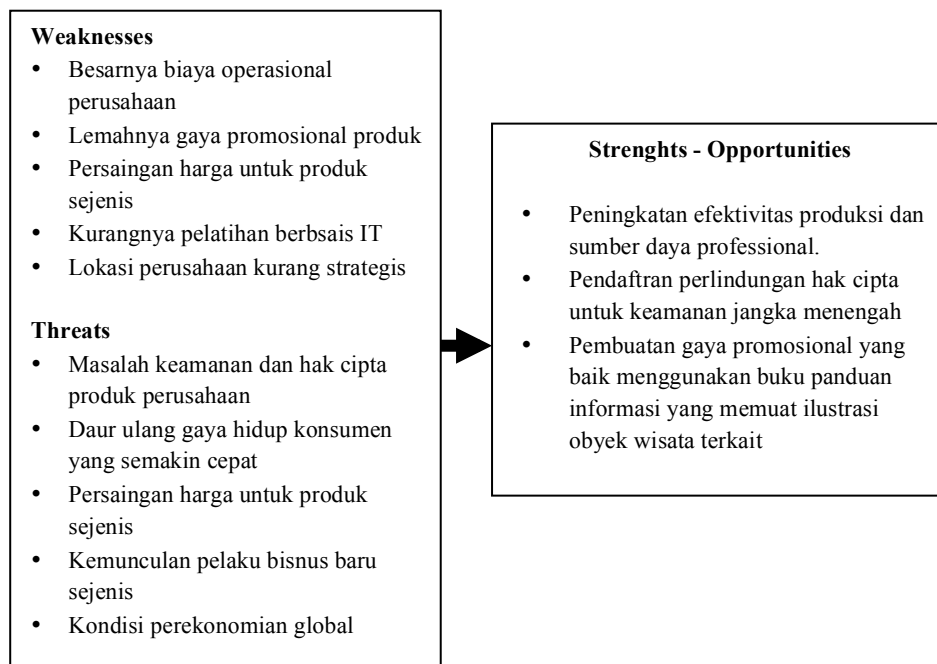
atau sedang melakukan kunjungan wisata belanja berbasis *entrepreneur*.

Behavioral dari khalayak sasaran adalah kebutuhan informasi akan produk dan kondisi perusahaan yang baik. Membidik pelanggan yang lebih mengutamakan kualitas produk dan mengetengahkan persaingan harga produk yang ditawarkan. Status pemakainya adalah pelanggan dan instansi pengguna produk teratur, yaitu pelanggan antusias dan pelanggan dengan respon positif pada citra perusahaan.

### Analisis

Analisis SWOT dilakukan dengan formulasi strategi *Weakness-Opportunity* untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. Dengan melakukan perubahan dan pembuatan gaya promosional yang baik, serta pendaftaran perlindungan hak cipta produk perusahaan.

### Bagan Analisis SWOT



Analisis IFAS memberikan gambaran posisi INTAKO pada *Matriks IE* terletak pada Kuadran IV Stabilitas (Vakum Sejenak, 3.68/2.95), karena mengalami titik jenuh produktivitas. Sehingga hal yang harus dilakukan adalah pencitraan dan rasionalisasi produk ulang kepada pelanggannya.

Analisis EFAS memberikan gambaran faktor *eksternal* yang dihadapi INTAKO seperti daur ulang gaya hidup konsumen yang semakin cepat, persaingan harga yang semakin ketat, dan permasalahan keamanan hak cipta produk.

Analisis *Matriks* Pembandingan mendapatkan perkembangan informasi yang disajikan secara *visual* di lingkup Kabupaten Sidoarjo. Adapun kesimpulan observasi yang didapatkan adalah mayoritas *brochure* dan *booklet* yang ada masih memiliki susunan *layout* acak, susunan gambar kurang menarik, dan informasi saling bertumpuk (kurang lengkap).

### **Konsep Perancangan (Konsep Komunikasi)**

Dari hasil analisis diketahui bahwa posisi pariwisata di Sidoarjo (khususnya INTAKO) mengalami penurunan jumlah kunjungan pasca bencana alam Lumpur Lapindo tahun 2006 lalu. Sehingga perancangan buku informasi wisata industri kreatif di Sidoarjo menjadi salah satu alternatif untuk mengangkat kembali citra pariwisata ini di mata wisatawan luar daerah. Pesan yang akan dikomunikasikan pada perancangan buku informasi ini adalah “*eksplorasi kawasan wisata industri kreatif di Sidoarjo, dengan wawasan entrepreneurial education and study tour instansi pendidikan*”.

### **(Konsep Kreatif)**

Pesan dirangkum dalam sebuah *tagline* “*Our Creative Tour*” yang artinya mengajak wisatawan untuk berkunjung ke Sidoarjo dan menikmati rekreasi berwawasan pendidikan kewirausahaan.

Konsep ini bertujuan mendukung program pemerintah daerah yang mengembangkan “Desa Wisata” sebagai kawasan berpotensi menarik perhatian pengunjung dengan kegiatan ekonomi kreatif mereka. Fokus awal pembuatan mengambil INTAKO sebagai penyumbang APBD terbesar dengan kondisi reputasi saat ini yang menurun akibat bencana alam Lumpur Lapindo.

Dalam hal ini, produk buku ilustrasi yang dihasilkan diarahkan pada pendekatan *informative-sugestif-ilustratif* untuk mengajak wisatawan melalui kombinasi *verbal* dan *visual*.

### **(Konsep Visual)**

Konsep *visual* memuat empat pokok teori utama, meliputi:

Gaya gambar yang akan digunakan adalah kartun manga dengan pewarnaan “*water-color manual graphic*”. Dimaksudkan untuk memberikan kesan lebih komunikatif pada pembaca dengan komik *panel* tunggal dan dibuat berlatar belakang ornamen kulit.

Tipografi yang digunakan adalah *font serif* “*Constantia Bold*” dan *font sans serif* “*Avenir Book*”. Alasan mendasar penggunaan *font* “*Constantia Bold*” adalah sebagai pemertegas konsep “*Our Creative Tour*” yang mempunyai karakter kreatif, modern, jelas, dan menarik. Sedangkan penggunaan *font* “*Avenir Book*” karena tingkat keterbacaannya jelas, fungsional, dan *modern*.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S  
T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n  
o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Gambar 5 *Typography Font “Constantia Bold”*

(Sumber: Dokumentasi pribadi, Sabtu,  
12 April 2014, 11:08 AM)

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S  
T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n  
o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Gambar 6 *Typography Font “Avenir Book”*

(Sumber: Dokumentasi pribadi, Sabtu,  
12 April 2014, 11:08 AM)

Untuk penerapan *layout* pada produk buku ilustrasi panduan wisata industri kreatif ini menggunakan *format horizontal* dan *diagonal*. Penerapan *sequences* memberikan kecenderungan runtutan prioritas yang harus dibaca. Penerapan *emphasis* menerapkan permainan posisi, ukuran dan kontras. Sedangkan penerapan *balances* menggunakan keseimbangan *asimetris*.

Untuk penerapan warna, menerapkan warna hangat dalam lingkaran warna yang berada dari merah ke kuning) dengan dominasi warna cokelat. Kombinasi warna yang digunakan adalah warna *analogues*, sehingga lebih mudah dicerna oleh mata pembaca. Sehingga, menciptakan kesan tradisi, elegan, namun tetap kreatif dalam penyusunannya.



Gambar 7 Brown Analogues Color

(Sumber: Dokumentasi pribadi, Sabtu,  
12 April 2014, 11:08 AM)

### (Konsep Media)

Tujuan perancangan media buku ilustrasi ini adalah untuk penyampaian konsep komunikasi dan informasi kepada segmentasi pasar yang dituju berdasarkan tiga faktor, yaitu jangkauan penyebaran informasi, frekuensi penyebaran informasi, dan kesinambungan informasi. Dan penerapan teori AIDA agar dapat meningkatkan minat dan keinginan pengunjung untuk mengetahui lokasi pariwisata.

### (Konsep Bisnis)

Konsep bisnis dilakukan untuk mengidentifikasi cara penjualan dan penawaran informasi produk buku ilustrasi panduan wisata yang ditawarkan. Adapun konsep bisnis yang digunakan untuk media cetak ini adalah (a) Bulan *eventual* (Agustus dan Desember), karena sering diadakan pameran (*Tanggulangun Fair, INTAKO Fair*, dan HUT Kabupaten Sidoarjo). (b) Adanya permintaan kunjungan *entrepreneur education study tour* dari instansi pemerintah maupun instansi pendidikan (Januari, April, dan Juni).

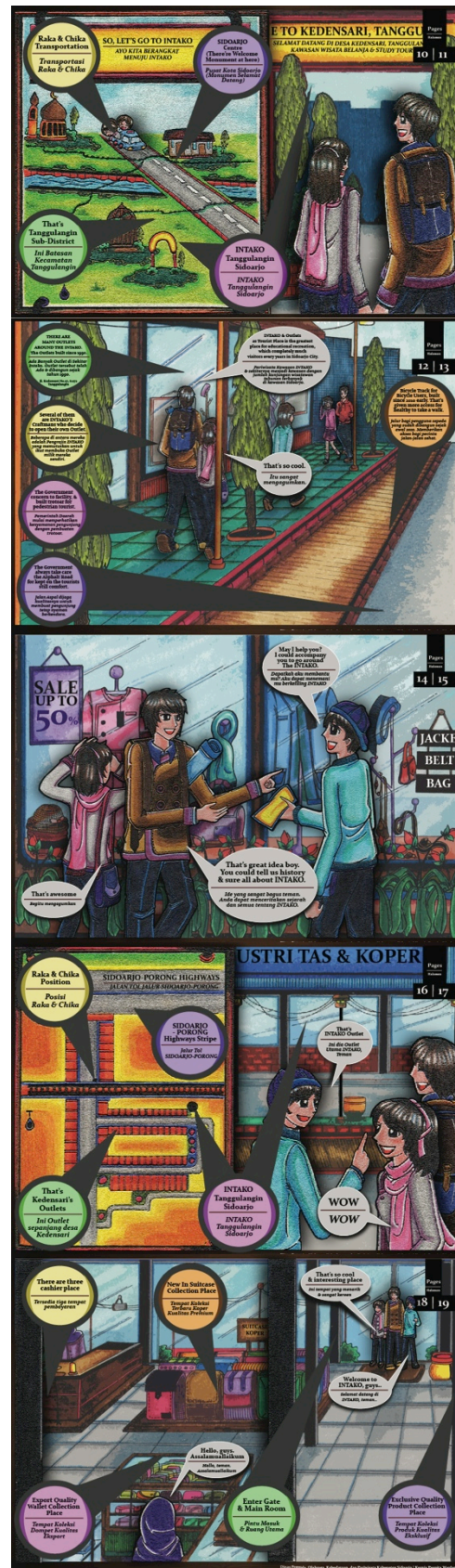
Produk ini akan disebar sesuai dengan yang telah ditulis dalam analisis STP (*Segmentation Targeting Positioning*) sebelumnya. Dengan dua alternatif hasil cetakan, yaitu *softcover* (dibanderol dengan harga Rp 16.500,-) dan *hardcover* (dibanderol dengan harga Rp 52.500,-). Adapun untuk ukuran penjualan *serial* dan *bundling* dengan pihak pemerintah, dapat didiskusikan lebih lanjut, dengan perkiraan harga jual awal *hardcover* berkisar diangka 250 ribu rupiah dengan jumlah lima buah produk buku (lima *serial hardcover*).



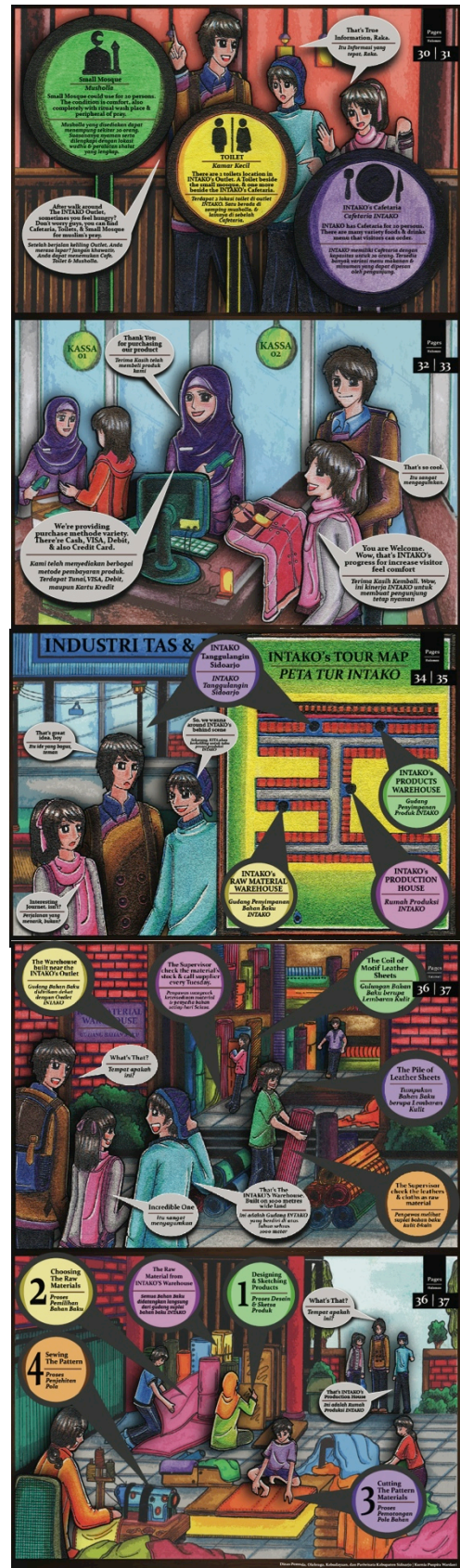
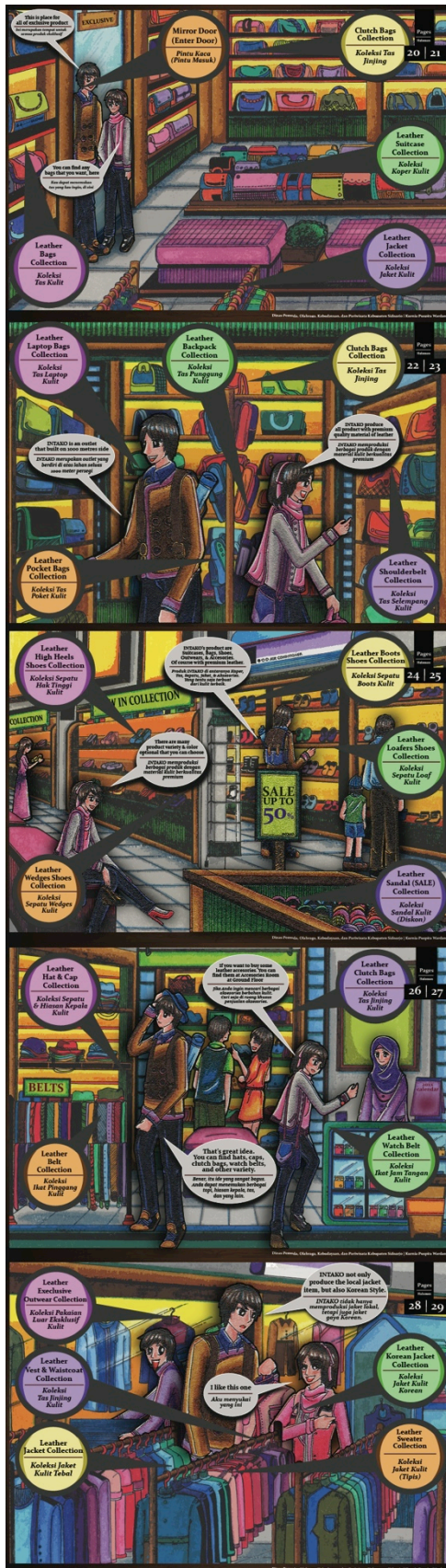
## Hasil Perancangan

Berdasarkan hasil rumusan masalah, data yang diperoleh dengan landasan teori dianalisis menjadi konsep perancangan, yaitu konsep komunikasi, konsep kreatif dan konsep *visual*, maka visualisasi rancangan adalah sebagai berikut :

## Produk Buku Ilustrasi











Gambar 8 Halaman Isi Buku  
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Halaman Sampul didesain sendiri untuk menjelaskan persepsi yang kuat mengenai gaya wisata industri kreatif dari segmentasi pasar yang dituju. Adapun tiga gambar sampul yang telah dirancang oleh penyusun. Berikut rancangan sampul tiga kawasan wisata:



Gambar 9 Halaman Sampul INTAKO  
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar 10 Halaman Sampul Kampoeng  
Batik Jetis dan Indah Bordir  
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Sedangkan hasil akhir dari penjiilidan media adalah penjiilidan *hardcover* dan *softcover*. Berikut:



Gambar 11 Hasil Penjiilidan Media  
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



## Penutup

Pelaksanaan Tugas Akhir ini adalah untuk pembuatan “Perancangan Buku Informasi Wisata Industri Kreatif di Sidoarjo”. Diharapkan dari perancangan buku tersebut, penyusun dapat ikut serta membantu program Pemerintah untuk mengkampanyekan “Program Desa Wisata” dan meningkatkan penyebaran informasi pariwisata industri kreatif di kawasan Sidoarjo.

Segmentasi penyebaran produk yang diperluas, bertujuan untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Sidoarjo. Salah satu perluasannya meliputi beberapa kawasan di Jawa Timur (Malang, Pasuruan, Madiun, dan lainnya), serta Bandung dan Jogjakarta.

## DAFTAR PUSTAKA (Buku dan Textbook)

- Bagus Rai Utama, I Gusti. 2012. *Metodologi Pada Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: penerbit ANDI.
- Blech, George E & Michael G. 2003. *“Advertising and Promotion”*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Darmaprawira W, A. Sulasmi. 2002. *Warna, Teori, dan Kreativitas Penggunaannya*. Bandung: Penerbit ITB.
- Fred Thomas, Hofstetter. 2001. *“Multimedia Literacy”*. Canada: Patricia Foxs Publisher.
- Hambre, Ryan. 2006. *“The Complete Graphic Designer”*. USA: Rockport Publisher.
- Harman, Graham. 2010. *“Towards Speculative Realism”*. England: Zero Book Publisher.
- Hendratman, Hendri. 2010. *“The Graphic Designer”*. Bandung: Penerbit Informatika.
- Howkins, John. 2010. *“Creative Economy How People Make Money from Ideas”*. USA: Rockport Publisher.
- Kementerian Departemen Perindustrian dan Pariwisata. 2007. *Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif 2025*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler. 2002. *“Marketing Management”*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- L. Yadin, Daniel. 1999. *“Creating Effective Marketing Communications”*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Mokhammad. 2007. *Industri Kreatif Pilar Penting Pembangunan Bangsa*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Paul Arthur & Barnimir Zlamalik. 2005. *“Wayfinding Pictographic Systems, Nonverbals, & Universals”*. England: Focus Strategic Communication Inc Publisher.
- R. David, Fred. 2011. *“Strategic Management”*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Rohendi Rohidi, Tjetjep. 2011. *Metodologi Penelitian Seni*. Semarang: Penerbit Cipta Prima Nusantara.
- Rustan, Surianto. 2008. *Layout dan Penerapannya*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. 2011. *Huruf, Font, Tipografi*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. 2012. *Mendesain Logo*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.

United Kingdom Government. 1999. **"Departemen of Culture, Media, and Sport"**. England: Zero Books Publisher.

**(Jurnal dan Majalah)**

Anggraeni, Dede. 2010. **Formulasi Strategi Pemasaran Industri Tas dan Koper (INTAKO) Tanggulangin, Sidoarjo**. Universitas Kristen Petra Surabaya: Jurusan Manajemen, Fakultas Manajemen Bisnis dan Ekonomi.

Dinas Pemerintahan. 2010. **Kajian Identifikasi Potensi Desa Wisata di Kabupaten Sidoarjo**. Bagian Administrasi Perekonomian dan Sumber Daya Alam (Kesejahteraan Daerah Kabupaten Sidoarjo) bekerjasama dengan Pusat Kajian Dinamika Sistem Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.

INTAKO. 2005. **"Company Profile INTAKO"**. Divisi Kesejahteraan INTAKO.

Mustofa, Roni. 2009. **Pengaruh "Retail Mix" Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Koperasi INTAKO Tanggulangin Sidoarjo)**. Universitas Islam Negeri Malang: Jurusan Manajemen, Fakultas Manajemen Bisnis dan Ekonomi.

Putri Amalia, Rafika. 2010. **"Destination Branding" Wisata Belanja Kabupaten Sidoarjo (Studi Deskriptif Kualitatif pada Sentra Industri Tas dan Koper**

**Tanggulangin dan Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo)**. Universitas Brawijaya: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

**(Website)**

Finodonovan. **Teori Komposisi, Proporsi, Keseimbangan, dan Perspektif Bangunan**. <http://gambarseni.wordpress.com>. Minggu, 24 November 2013. 10:51 PM.

Starish. **Teori Tipografi**. <http://www.tipsdesain.com>. Minggu, 24 November 2013. 11:15 PM.

Koperindag. **Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan, dan Energi Sumber Daya Mineral Kabupaten Sidoarjo**. <https://koperindag-sidoarjo.org>. Kamis, 06 Maret 2014. 11:08 AM.

Pariwisata. **Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kabupaten Sidoarjo**. <https://pariwisata.sidoarjokab.go.id/>. Kamis, 06 Maret 2014. 11:08 AM.

Pemerintah Daerah. **Pemerintah Daerah Kabupaten Sidoarjo**. <https://sidoarjo-kab.go.id>. Kamis, 06 Maret 2014. 04:15 PM.

INTAKO. **Industri Tas dan Koper Tanggulangin, Sidoarjo**. <https://www.intako-tanggulangin.com>. Selasa, 01 April 2014. 11:08 AM.